📚 Resumen para Repaso:

SEMANA 08: Diversidad Social y Género en Psicología Social

🎯 Objetivos Clave de la Clase

- Comprender los conceptos de **diversidad social y de género**.
- Analizar la **influencia** de estas variables en el comportamiento humano.
- Reflexionar sobre **prejuicios, estereotipos y roles de género**.
- Fomentar una visión **crítica y empática** hacia la diversidad.

👥 Diversidad Social

- **Concepto:** Es el conjunto de **diferencias** entre individuos y grupos.
  - Incluye variables como: clase social, etnia, religión, orientación sexual, edad y nivel educativo.
- **Impacto:** La diversidad **enriquece**, pero también puede generar **conflictos sociales**.
- **Influencia en el Comportamiento:** Las experiencias sociales condicionan las expectativas, los estilos de comunicación y el acceso a recursos.
- **Teoría Relevante:** La **Teoría del Aprendizaje Social de Bandura** explica el modelado y refuerzo de roles sociales.

⚧ Género

- **Concepto:** Se refiere a las **características, roles, comportamientos y oportunidades** que una sociedad considera apropiados para hombres y mujeres.
  - El género es una **construcción social** y **no** está determinado biológicamente.
  - Incluye la **identidad de género**, la **expresión de género** y los **roles de género**.
- **Evolución del Concepto:** Se ha pasado del binarismo a reconocer una **diversidad de identidades**.

Género y Comportamiento

- La **socialización diferencial según el género** comienza desde la infancia.
- **Estereotipos Comunes:** Ejemplos incluyen "las mujeres son emocionales" o "los hombres no lloran".

- **Impacto:** Los roles y estereotipos influyen en la **autoestima**, las **decisiones laborales** y las **relaciones interpersonales**.

□ Enfoques Psicológicos sobre Género y Diversidad

- **Psicoanálisis:** Se centra en la identificación con figuras parentales.
- **Conductismo:** Se enfoca en el refuerzo y castigo de las conductas de género.
- **Cognitivo-Social:** Trabaja con los esquemas de género.
- **Feminismo y Teorías *Queer*:** Buscan la crítica a la normatividad y la visibilización de otras identidades.

⚖️ Discriminación y Privilegio

- **Manifestaciones de Discriminación:** Micromachismos, brechas salariales y violencia de género.
- **Interseccionalidad:** Concepto acuñado por **Kimberlé Crenshaw** en 1989.
    - Describe cómo la discriminación se **entrecruza** en función de múltiples ejes como la raza y el género.
- **Equidad:** Es crucial reconocer los **privilegios** para poder fomentar la equidad.

SEMANA 09: Conformidad, Obediencia y Persuasión

El segundo documento, **"Conformidad, Obediencia y Persuasión"**, se enfoca en las **formas específicas de la Influencia Social**.

1. Conformidad

- **Concepto:** Cambio de conducta o creencias debido a la **presión social**. Ocurre cuando una persona cambia su posición hacia la de un grupo de pares (mismo *status*).
- **Efecto Camaleón:** Tendencia inherente a **imitar** gestos y comportamientos de otros para aumentar la conexión y favorecer las interacciones (Chartrand & Bargh, 1999).
- **Tipos:**
    - **Normativa:** Se da porque a la gente le preocupa lo que otros piensan (no quieren ser blanco de críticas).
    - **Informativa:** Se basa en el deseo de hacer lo correcto, apoyándose en **normas descriptivas** cuando la expectativa social no es clara.
- **Estudio Clásico: Experimento de Solomon Asch (1951)**. El 75% de los participantes se conformó al menos una vez con un juicio grupal erróneo sobre la longitud de líneas.

2. Obediencia

- **Concepto:** Comportamiento influido por **órdenes de una figura de autoridad**.
- **Legitimidad:** El individuo obedecerá si considera que la figura de autoridad es legítima.
- **Estudio Clásico: Experimento de Stanley Milgram (1961)**. Midió la obediencia ante órdenes moralmente cuestionables, donde el **65%** aplicó la descarga máxima (falsa).
- **Factores Predictores (Porqué la Obediencia):** Proximidad y legitimidad de la autoridad, despersonalización de la víctima, gradualidad de la solicitud y presión institucional.

3. Persuasión

- **Concepto:** Técnica de influencia social basada en la psicología social que busca orientar actitudes y el comportamiento a través de mensajes. Es un proceso de cambio de actitudes o creencias.
- **Modelo de Rutas (Petty & Cacioppo):**
  - **Ruta Central:** Se basa en la **lógica** y los argumentos.
  - **Ruta Periférica:** Se basa en **señales externas** como el carisma o la repetición.
- **Elementos de la Persuasión:**

  1. **Fuente:** Credibilidad y atractivo.
  2. **Mensaje:** Claridad, emoción (racional vs. emotivo), y uso de miedo/amenaza (Teoría de motivación de protección de Rogers).
  3. **Receptor:** Nivel de inteligencia, autoestima e implicación con el tema.
  4. **Contexto:** Canal y momento.

SEMANA 10: Influencia del Grupo: Cómo la Colectividad nos Modifica

Este tema se centra en el grupo como fuente de influencia social y en la dinámica interna de las colectividades.

1. ¿Por Qué la Gente se Une a los Grupos?

La unión a grupos satisface necesidades fundamentales y funcionales:

- **Necesidad de pertenencia:** Brinda seguridad e identidad.
- **Funcionalidad:** Permite el logro de objetivos comunes.
- **Soporte:** Ofrece apoyo emocional y social.
- **Validación:** Proporciona comparación social y validación.

2. Clasificación de los Grupos

- **Según su Naturaleza:**
  - **Primarios:** Relaciones cercanas e íntimas (ej. familia, amigos).
  - **Secundarios:** Relaciones funcionales (ej. trabajo, clases).
- **Según su Formalidad:**
  - **Formales:** Estructurados, con reglas claras (ej. empresa).
  - **Informales:** Espontáneos (ej. grupos de amigos).

3. Etapas de Desarrollo de un Grupo (Modelo de Tuckman, 1965)

Los grupos atraviesan un ciclo predecible:

1. **Formación:** Inicio, conocimiento mutuo. El líder establece roles.
2. **Tormenta:** Fase de conflictos, lucha de roles y puntos de vista, lo que amenaza la desintegración.
3. **Normatividad:** Se establecen normas y **cohesión**. El grupo prioriza objetivos colectivos.
4. **Desempeño:** Trabajo efectivo y colaboración. El rendimiento del equipo aumenta considerablemente.
5. **Disolución:** Finalización del grupo o tarea, al haber cumplido su función.

4. Factores que Afectan el Comportamiento de Grupo

El comportamiento grupal está afectado por:

- **Estructura Interna:** Tamaño, Roles, Normas, Metas, Cohesión y Liderazgo.
- **Tipos de Liderazgo:** Autocrático, Democrático y *Laissez-faire*.
- **Influencia Social Externa:** Conformidad (ej. Experimento de Asch) y Obediencia (ej. Experimento de Milgram).

Semana 11: Comportamientos Colectivos, Masas y Multitudes

Este documento de la asignatura de Psicología Social (UNIFÉ) se centra en la **Influencia Social** a través de los **Comportamientos Colectivos Elementales**.

1. Comportamiento Colectivo

- **Definición:** Se refiere a las acciones y actitudes de personas actuando en un grupo grande[1].
- **Características:** Ocurre en una situación relativamente **desorganizada** y fuera de las **normas sociales habituales**[2].
- **Mecanismo:** Los intereses y la individualidad se pierden entre la masa, dando lugar a un **inconsciente racial** (una base común para todos los individuos)[3].
- **Finalidad:** Es una acción voluntaria dirigida a una **meta**[4].
- **Ejemplos:** Protestas, celebraciones o emergencias[5].

2. La Multitud

- **Concepto:** Es una **agrupación física** de personas[6]. Se caracteriza por estar **reunida** en un mismo lugar[7].
- **Características:**
  - **Alta Interacción:** Hay un contacto e interacción directa entre los miembros[88].
  - **Foco Común:** Tienen un objetivo o foco de atención compartido[9].
  - **Contagio Emocional:** Presenta un alto **contagio emocional directo** y **sugestibilidad**[101010].
- **Clasificación:**
  - **Multitudes Activas:** Se involucran en acciones (ej. marchas feministas [111111], protestas [12]). Pueden ser agresivas (linchamientos) o adquisitivas (saqueos)[13].
  - **Multitudes Pasivas:** Son observadores o receptores (ej. público de un estadio [14], conciertos [15]). Pueden ser expresivas o escapistas (huida masiva)[16].

3. La Masa

- **Concepto:** Es más **abstracta** y **dispersa** que la multitud[171717]. Las personas están conectadas por un **mensaje común**[1818].
- **Características:**
  - **Dispersa:** La presencia física es dispersa[19].
  - **Anonimato:** Los individuos se sienten anónimos[20].
  - **Baja Interacción:** La interacción directa es mínima o nula[21].
  - **Influencia:** La influencia es ejercida principalmente por **medios de comunicación** y **líderes de opinión**[22].
- **Ejemplos:** Audiencia de televisión, seguidores de una campaña mediática o la influencia de redes sociales[23232323].

4. Diferencias Clave entre Masa y Multitud

Característica	Masa	Multitud
Presencia física	Dispersa [24]	Reunida [25]
Interacción	Mínima o nula [26]	Alta [27]
Influencia	Medios, líderes de opinión [28]	Contagio emocional directo [29]
Ejemplo	Audiencia de TV [30]	Público en estadio [31]

5. Teorías Clásicas (Psicología Social)

- **Gustave Le Bon (1895):** Desarrolló la *Psicología de las multitudes*[32]. Su idea central es que el sujeto pierde su **individualidad**, siendo dominado por el **contagio** y la **sugestión** grupal[33].
- **Sigmund Freud (1921):** En *El yo y el ello*, sugirió que el **líder** de la masa sustituye al **ideal del yo** de cada individuo, uniéndolos por lazos libidinales[34].
- **Turner y Killian:** Teoría de la **Norma Emergente**. Sostiene que el comportamiento colectivo se rige por las normas que surgen en el momento de la interacción, en lugar de por las normas sociales establecidas.

SEMANA 12: Movimientos Sociales

Tema: Comportamientos Colectivos Complejos (Movimientos Sociales)

Asignatura: Psicología Social (UNIFÉ)

1. Concepto de Movimientos Sociales

- **Definición:** Son fenómenos intrincados que surgen de la convergencia de múltiples fuerzas sociales, políticas y culturales.
- **Diferencia con Comportamiento Colectivo Elemental:** Implican una **organización más estructurada** y la articulación de demandas y aspiraciones específicas, a diferencia de los comportamientos colectivos elementales (como la masa o la multitud).
- **Objetivo Principal:** Grupos numerosos de individuos actúan de manera coordinada en busca de **cambios sociales o políticos significativos**.

2. Elementos Clave de un Movimiento Social

Todo movimiento social estructurado se caracteriza por tres elementos principales:

Elemento	Descripción
Estructura	Poseen una organización interna que incluye liderazgo, redes y coaliciones estratégicas.
Identidad Colectiva	Existe un "nosotros" compartido, un fuerte sentido de pertenencia y la conciencia de tener una causa común.
Objetivos y Demandas	Articulan demandas específicas y aspiraciones que buscan criticar o transformar el *statu quo*.

3. Teorías Clave para Entender los Movimientos Sociales

Existen dos teorías centrales que explican el surgimiento y la acción de estos movimientos:

A. Teoría de la Privación Relativa (TPR)

- **Eje central:** Se enfoca en la **motivación** y el **descontento**.
- **Concepto:** El descontento que motiva el movimiento no surge de la privación absoluta, sino de la **discrepancia percibida** entre lo que el grupo tiene y lo que cree que **debería tener** (la frustración de las expectativas).

B. Teoría de la Movilización de Recursos (TMR)

- **Eje central:** Se enfoca en la **organización** y la **capacidad de acción**.
- **Concepto:** El éxito de un movimiento depende de su **capacidad para movilizar recursos** (dinero, trabajo humano, organización).
- **Acción Colectiva:** Se enfoca en la acción colectiva (protestas, marchas, huelgas) como resultado de la movilización de recursos.
- **Oportunidades Políticas:** Destaca que las **oportunidades políticas** (ej. cambios de gobierno o reformas legales) son cruciales para la movilización social.

4. Influencia en la Sociedad

Los movimientos sociales cumplen un rol vital en la dinámica social, ya que:

- Provocan **cambios legislativos y culturales**.
- Logran la **visibilización de problemas sociales**.
- Aumentan la **participación ciudadana**.

SEMANA 13: Estereotipo, Prejuicio y Discriminación

Este documento de la asignatura de Psicología Social (UNIFÉ) se centra en los componentes cognitivos, afectivos y conductuales de la **Influencia Social Negativa**.

1. Conceptos Fundamentales

Los tres conceptos son componentes fundamentales que influyen en la comprensión de las relaciones sociales. Es crucial analizarlos para promover una postura de **equidad e inclusión**.

Concepto	Tipo	Naturaleza	Definición
Estereotipo	Creencia	**Cognitiva** (Pensamiento)	Son **ideas simplificadas**, exageradas o generalizaciones sobre un grupo. Atribuyen características o propiedades a toda una comunidad.
Prejuicio	Actitud	**Afectiva** (Emoción)	Es un **juicio negativo** (aversión o rechazo) hacia un grupo o sus miembros, basado en un estereotipo previo.
Discriminación	Conducta	**Conductual** (Acción)	Es la **acción** o el **trato desigual** e injusto hacia una persona o grupo, basada en el prejuicio o el estereotipo.

2. Estereotipos

- **Función:** Son entendidos como construcciones culturales. Sirven para **simplificar la complejidad** del mundo social (economía cognitiva).
- **Ejemplos:**
  - Roles de género: "La mujer en el hogar (función reproductiva) vs. El hombre en el público (función productiva)".
  - "La tecnología es para los jóvenes."
  - "Los hombres no lloran."
- **Impacto Social:** Refuerzan ideas erróneas y pueden ser el primer paso hacia el prejuicio.

3. Prejuicio

- **Mecanismo:** El prejuicio es la **emoción** negativa que acompaña al pensamiento estereotípico.
- **Ejemplo:** Si el estereotipo es "Los ancianos son más lentos", el prejuicio es la aversión emocional, como "Me molestan los ancianos".

- **Impacto Social:** Genera rechazo, hostilidad y separación social, preparando el terreno para la acción discriminatoria.

4. Discriminación

- **Mecanismo:** Es el resultado observable de un prejuicio. Es llevar el sentimiento negativo a la práctica.
- **Ejemplo:** No permitir que un anciano acceda a un servicio (acción) basado en el prejuicio (aversión por su supuesta lentitud).
- **Tipos de Discriminación:**
  - **Directa:** Acción explícita y visible (ej. prohibir el acceso).
  - **Indirecta:** Normas aparentemente neutras que terminan perjudicando a un grupo específico.
  - **Estructural:** Arraigada en el sistema social (ej. brecha salarial, falta de representación).
- **Impacto Social:** Provoca injusticia, exclusión y vulneración de derechos, impactando directamente en la calidad de vida.

5. Consciencia (¿Es consciente?)

Tanto el Estereotipo, el Prejuicio como la Discriminación **pueden ser conscientes o inconscientes**. Esto subraya la importancia de la **reflexión crítica** en la Psicología Social.

6. Relación Causa-Efecto

El documento sugiere una progresión lineal:

$$\text{Estereotipo (Pensamiento/Cognición)} \implies \text{Prejuicio (Sentimiento/Afecto)} \implies \text{Discriminación (Acción/Conducta)}$$

7. Conceptos Relacionados

- **Endogrupo/Exogrupo:** El **Endogrupo** (el "nosotros") es el grupo de pertenencia. El **Exogrupo** (el "ellos") es el grupo ajeno. El prejuicio y el estereotipo suelen intensificarse contra el **exogrupo**.
- **Sesgos:** Existen sesgos perceptivos que favorecen la visión positiva del endogrupo (favoritismo endogrupal) y negativa del exogrupo.

SEMANA 14: La Atracción e Intimidad

Este documento de la asignatura de Psicología Social (UNIFÉ) se enfoca en cómo se establecen los **vínculos afectivos** entre las personas, un aspecto central de la influencia social.

1. Conceptos Introductorios

- **Atracción:** Proceso por el que las personas se sienten interesadas entre sí, pudiendo establecer cercanía y vínculo emocional. Implica diferentes tipos de interés (**físico, emocional, mental**).
- **Intimidad:** Se distingue por la **confianza, el apoyo emocional y la cercanía** en una relación.
- **Importancia:** Estos aspectos son fundamentales para mantener **relaciones saludables y satisfactorias**, promoviendo el bienestar emocional y social.

2. Tipos y Factores de la Atracción

La atracción no es un concepto monolítico y se basa en varios factores:

Tipo de Atracción	Definición	Ejemplo
Atracción Física	Basada en la apariencia, el atractivo visual, la sonrisa, el estilo de vestir o la expresión personal.	Una sonrisa genuina y encantadora.
Atracción Mental/Intelectual	Basada en la conexión de ideas, la forma de pensar, la inteligencia y la capacidad de diálogo.	Tener conversaciones estimulantes.
Atracción Emocional	Basada en la conexión de sentimientos, la empatía y la capacidad de comprensión mutua.	Sentir que la otra persona te comprende profundamente.

Factores Clave que Promueven la Atracción

1. **Cercanía (Propinquidad):** La proximidad física o funcional aumenta la probabilidad de interacción y de que surja la atracción.
2. **Semejanza:** Las personas se sienten atraídas por aquellas que son similares a ellas en actitudes, valores, intereses y *background*.
3. **Reciprocidad:** Nos atraen quienes nos demuestran que también les gustamos (ser correspondidos).

3. La Intimidad y las Relaciones Cercanas

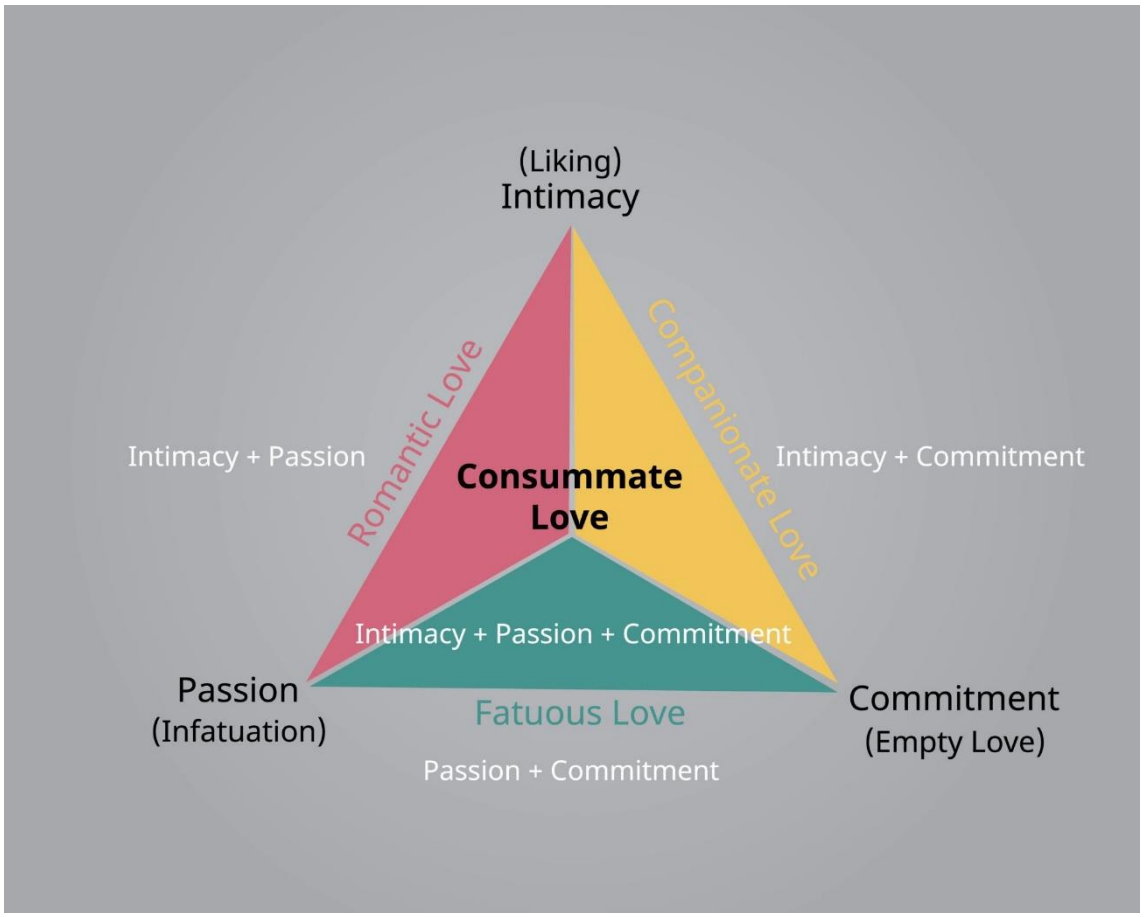
La intimidad es el puente hacia las **relaciones cercanas** y se caracteriza por:

- **Confianza:** Apertura y honestidad al compartir pensamientos y sentimientos.
- **Apoyo Emocional:** Sentir que la otra persona está ahí en momentos de necesidad.
- **Cercanía:** Compartir experiencias y un sentido de comprensión mutua.

4. Teorías de las Relaciones Cercanas (Para Repaso y Discusión)

El documento sugiere la reflexión en base a teorías clave que explican cómo se mantienen las relaciones:

Teoría	**Enfoque Principal**	**Conceptos Clave**
Teoría del Intercambio Social	Las relaciones son un intercambio de **costos y recompensas**.	El éxito de una relación depende de que las recompensas superen los costos.
Teoría del Apego	Se centra en los **vínculos emocionales** tempranos y cómo estos moldean las relaciones adultas.	Tipos de apego (seguro, ansioso, evitativo) en la dinámica de la intimidad.
Teoría Triangular del Amor (Sternberg)	Define el amor a través de la combinación de tres componentes.	**Intimidad, Pasión y Compromiso** (La combinación de los tres da como resultado el "Amor Consumado").



Conclusión: La comprensión de la atracción y la intimidad es esencial para entender la dinámica de las relaciones interpersonales, ya que influyen directamente en el **bienestar emocional** de los individuos.

SEMANA 15: Manejo y Resolución de Conflictos

Este documento de la asignatura de Psicología Social (UNIFÉ) se enfoca en cómo enfrentar y resolver las **discrepancias** y **oposiciones** en las relaciones sociales, con un énfasis en la negociación.

1. Conceptos Fundamentales

- **Conflicto:** Se entiende como un **desacuerdo, oposición o enfrentamiento** entre dos o más partes debido a intereses, valores, creencias u objetivos incompatibles.
- **Manejo y Resolución de Conflictos:** Es el proceso que busca contrarrestar los efectos negativos del desacuerdo, llegando a un **acuerdo satisfactorio** que implica entender la situación, comunicar eficazmente y explorar alternativas.

2. Causas Comunes del Conflicto

Los conflictos pueden surgir por diversas fuentes, incluyendo:

- **Diferencias de Objetivos:** Cuando las partes buscan resultados distintos.
- **Recursos Limitados:** Competencia por recursos escasos (dinero, tiempo, poder).
- **Diferencias de Personalidad:** Incompatibilidad de estilos o temperamentos.
- **Comunicación Deficiente:** Malentendidos o falta de claridad en los mensajes.
- **Valores y Creencias:** Oposición en principios éticos, religiosos o culturales.

3. Tipos de Conflictos

El documento clasifica los conflictos en diferentes niveles de manifestación:

- **Interpersonales:** Entre dos o más personas (ej. pareja, amigos).
- **Intragrupales:** Dentro de un mismo grupo (ej. equipo de trabajo).
- **Intergrupales:** Entre diferentes grupos (ej. entre departamentos, entre países).

4. Estilos de Manejo de Conflictos (Modelo de Thomas-Kilmann)

Este modelo (mencionado en el documento) es central en el manejo de conflictos y se basa en dos dimensiones: **Asertividad** (satisfacer los propios intereses) y **Cooperación** (satisfacer los intereses de la otra parte) :

Estilo	Asertividad	Cooperación	Descripción	Resultado
Competir (Ganar-Perder)	Alta	Baja	Buscar el interés propio a toda costa.	**Solución forzada.**

Estilo	Asertividad	Cooperación	Descripción	Resultado
Acomodar (Perder-Ganar)	Baja	Alta	Ceder y sacrificar los intereses propios.	**Paz superficial, insatisfacción propia.**
Evitar (Perder-Perder)	Baja	Baja	Ignorar o posponer el conflicto.	**Problema no resuelto.**
Comprometer	Media	Media	Ambas partes ceden algo.	**Solución rápida y aceptable (pero subóptima).**
Colaborar (Ganar-Ganar)	Alta	Alta	Buscar una solución creativa que satisfaga a ambas partes.	**Solución óptima y duradera.**

5. Estrategias de Negociación

La negociación es la herramienta principal para resolver conflictos. El documento destaca la importancia de una **estrategia flexible** e inteligente.

Estrategia Basada en Principios

Se enfoca en los **intereses subyacentes** de las partes, no en las posiciones rígidas.

- Separar a las **personas** del **problema**.
- Concentrarse en los **intereses**, no en las posiciones.
- Generar una variedad de **opciones** antes de decidir.
- Insistir en que el resultado se base en algún **criterio objetivo**.

Elementos Estratégicos Adicionales (Profesor Michael Wheeler, Harvard)

Se sugiere incluir estos elementos en la estrategia de negociación para mayor progreso:

1. **Imaginar el juego final:** Considerar las metas y trabajar hacia atrás.
2. **Hacer del aprendizaje una prioridad:** Aprender de los eventos que se desarrollan.
3. **Adaptar cuando sea necesario:** Mantenerse flexible ante movimientos inesperados de la otra parte.
4. **Pensar como un competidor:** Anticipar cómo la otra parte podría explotar tus aperturas.

5. **Guardar la opción de salida (BATNA):** Saber cómo reaccionar ante desarrollos negativos y cuándo dejar la oferta (Mejor Alternativa a un Acuerdo Negociado).
6. **Siempre cerrar:** Todo lo que se dice y se hace debe acercarse a un acuerdo.

Conclusión: Un manejo efectivo del conflicto requiere comprender su origen y aplicar el estilo de resolución más adecuado, siendo la **Colaboración (Ganar-Ganar)** y una **Negociación Estratégica** las vías más eficaces para relaciones satisfactorias y duraderas.